

FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

KONSENTRASI ADVERTISING

SKRIPSI, SEPTEMBER 2021

RAHMAT BAGUS SETIAWAN

2017140253

PENGARUH PENGGUNAAN SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM TERHADAP REPURCHASE INTENTION (Survei Kepada Followers Akun Instagram @bro.do)

ABSTRAK

Penelitian ini berlatar belakang *social media marketing*, sebuah teknik pemasaran menggunakan media sosial yang berkembang pesat pada saat ini. Banyak perusahaan menggunakannya termasuk juga produsen sepatu yaitu Brodo. Dengan tersedianya jaringan yang terhubung di seluruh dunia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *social media marketing* nstagram terhadap *repurchase intention* pada *followers* instagram Brodo. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori social media marketing dari Gunelius yang memiliki dimensi *content creation*, *content sharing*, *connecting*, *community building* dan teori *repurchase intention* dari Ferdinand Denfan dimensi minat transaksional, minat referensial, minat preferensial dan minat eksploratif. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi penelitian ini adalah *follower* aktif instagram @bro.do yang berkomentar pada unggahan tanggal 21 Agustus – 4 September 2021 sebanyak 264 *follower* dan sampel yang digunakan sebanyak 73 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *social media marketing* Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* dengan nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel sebesar 0.649 berarti bahwa sebesar 64,9% sedangkan sisanya sebesar 35,1% dipengaruhi oleh variabel lain selain yang ada dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Social Media Marketing, Repurchase Intention*
Refrensi : 28 Buku, 9 Jurnal
Dosen Pembimbing : Jamiati KN, S.I.Kom, M.I.Kom